

наступні найважливіші групи стейкхолдерів: акціонери, ступінь важливості яких дорівнює 10 балів, однаково важливість мають групи споживачів та персоналу – 6 балів.

При порівнянні потенційних інтересів та реальних результатів діяльності підприємства можна віднайти слабкі місця в управлінні з зацікавленими сторонами та забезпечити відповідний розвиток підприємства.

Оцінивши ступінь взаємовідносин підприємства зі стейкхолдерами, пропонуємо такі напрями врахування впливу стейкхолдерів на діяльність ПрАТ «Трест Житлобуд-1»: розробка smart-цілей, розробка показника ESG та введення стандарту AA1000SES.

Список використаних джерел:

1. Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts // The Academy of Management Review, 1997, 22(4), 853–886. URL: <http://www.jstor.org/stable/259247>
2. Suchman, M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches // Academy of Management Review, 1995, p. 574.

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕС АДМІНІСТРУВАННЯ

Г. Г. СОБОЛЄВА, канд. екон. наук, доцент, В. А. ПАНОВ

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

На сьогоднішній день персонал є одним з головних стратегічних ресурсів для розвитку підприємства. Тому для ефективного управління цим ресурсом необхідно знайти ефективні способи рекрутування «якісних» кадрів, сприяти залученню персоналу у діяльність компанії, розробити системи і методи мотивації, які будуть враховувати інтереси працівників. Враховуючи, що за останній час соціально-трудова відносина зазнали кардинальних змін у своїй загальній філософії, різні методи управління та мотивації на сьогодні не є достатньо ефективними. Через це більшість компаній почали пошук такого інструменту управління який був би ефективний та враховував психологічні особливості працівників. Одним із таких інноваційних методів є гейміфікація.

Гейміфікація – застосування характерних ігрових підходів та концепцій у неігровому контексті для залучення користувачів до вирішення прикладних

завдань. В умовах сучасних реалій, швидкого розвитку інформаційних технологій та високої конкуренції компаній за лідерське положення на ринку гейміфікація є одним із основних інноваційних та ефективних інструментів управління. Гейміфікація достатньо новий метод управління, який має певні тенденції використання у компаніях різного рівня. Загалом розповсюдженими видами є гейміфікація продукту, тобто розробка таких програм, які мають на меті залучення споживачів до процесу покупки та споживання в майбутньому; гейміфікація маркетингу - має на меті залучення споживачів з зазначеного сегменту ринку, гейміфікація робочого процесу – направлена на розвиток співробітників, створення почуття солідарності і спільності з усією командою. Гейміфікація є ефективним методом при створенні програм лояльності, в роботі складних інтерсфейсів, навчальних процесах, соціальних мережах а також в рекламних кампаніях, завдяки тому що складна для розуміння та запам'ятовування інформація викладається у ігровій формі та одразу закріплюється у вигляді інтерактивної дії.

Приймаючи до уваги дослідження «Aberdeen Group» і «Gartner Gamification Report» можна підсумувати, що цей інструмент управління в цілому впливає на поліпшення результатів комерційної діяльності за рахунок збільшення продуктивності, залученню і утриманню співробітників. Він є трендом та альтернативою традиційним методам управління, оскільки здатний формувати унікальний досвід співробітників, надавати відчуття важливості їх діяльності, підвищувати мотивацію, а також генерувати прибуток.

Список використаних джерел:

1. Гейміфікація ринку. Підприємство гейміфікації. (2013, Червень 29). Щотижневі новини маркетингу.
2. Как видеоигры изменяют образование. Образование в США // МИР ЗНАНИЙ - Современная энциклопедия последних достижений науки и технологий. 29.05.2015 <http://mir-znaniy.com/kak-videoigryi-izmenyat-obrazovanie/>
3. «Гейміфікація, як сучасний інструмент розвитку бізнесу» - <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/99806>